

Faire une enquête par questionnaire

D'après un document de Maguelonne Jonquet

Les résultats obtenus en sciences sociales reposent sur des **allers-retours permanents entre la théorie** (pour la compréhension et l'explication) **et des enquêtes** (pour dégager les « faits » à comprendre et à expliquer).

1. La formulation d'un questionnement

Lorsque vous mettez en place une enquête, votre objectif est de **répondre à une interrogation**. Avant de vouloir faire un questionnaire, il est donc nécessaire de préciser quelles sont les questions que l'on va se poser sur le sujet choisi.

Exemple : *Filles et garçons ont-ils les mêmes pratiques de lecture ?*

2. La formulation d'hypothèses explicatives

Pour répondre à votre interrogation, il faut formuler des hypothèses qui serviront de « guide » pour poser des questions et être sûr de ce qu'on veut tester.

Exemple : *on peut supposer que les filles ont un goût plus prononcé pour la lecture que les garçons*

Ces premières étapes, sont essentielles car elles conditionnent la suite du travail d'enquête.

3. Le choix des indicateurs

Il reste ensuite à choisir des indicateurs appropriés pour vérifier la validité des hypothèses. Ces indicateurs permettront de construire les questions. Un indicateur pour un statisticien ou un sociologue est un peu comme un « indice » pour un détective : ce qui permet, parfois de manière un peu détournée, de « mettre sur la piste ».

Exemple : Un indicateur, parmi d'autres, du goût pour la lecture est le **temps passé à lire**.

4. La rédaction du questionnaire

Le questionnaire doit permettre de vérifier la validité des hypothèses de départ. Le questionnaire est alors construit à partir des indicateurs retenus pour chaque hypothèse.

L'ordre des questions

Il est préférable de garder les questions les plus « sensibles » ou les plus indiscretes, pour la fin. Les personnes interrogées sont souvent moins réticentes à y répondre lorsqu'elles ont déjà répondu à plusieurs questions.

Certaines questions sont aussi préalables à d'autres.

Exemple : *demander « Allez-vous au cinéma ? » (ou « Regardez-vous des films à la télévision ou en vidéo ? »), avant de demander les goûts en matière de film : action, comique, etc.*

La formulation des questions

Utilisez des **termes précis, simples et non ambigus** pour être bien compris par ceux que vous interrogez.

Exemple : *Si vous faites une enquête sur la délinquance et que vous employez le terme « criminel », les personnes interrogées vont-elles penser au crime dans sa définition la plus générale (manquement très grave à la morale ou à la loi), à la définition juridique du crime (vol à main armée, viol,...) ? Ou les enquêtés vont-ils penser simplement aux meurtres? Quelle*

image ce terme va-t-il faire apparaître chez l'enquêté : le petit délinquant? Le toxicomane? Le serial-killer?

Evitez de suggérer les réponses dans les questions en employant des formulations les plus *neutres possibles*.

A éviter : « *Pensez vous qu'un téléphone portable soit vraiment indispensable?* ». **Préférez** : « *Quelle utilité accordez-vous au téléphone portable?* ».

La formulation des réponses

Vous pouvez choisir de poser des **questions ouvertes**, pour lesquelles les personnes répondent librement. Ce choix permet d'obtenir des informations souvent riches, mais nécessite un traitement souvent complexe (il faut construire des catégories de réponses *a posteriori*). En faire le moins possible.

C'est pour cette raison que des **questions fermées**, proposant une série de réponses prédéfinies, sont fréquemment utilisées. Il convient alors :

- d'**éviter les formulations qui influencent** les personnes interrogées (éviter les termes à connotation péjorative ou méliorative)
- de **proposer des réponses** qui soient **bien distinctes les unes des autres** (à la question « *Combien avez-vous d'enfants?* », ne pas proposer « *un à deux enfants* » et « *deux enfants et plus* », car une personne ayant deux enfants pourrait choisir les deux réponses)
- de proposer des **réponses exhaustives** (n'oubliez pas de proposer les réponses « *aucun enfant* » et « *4 enfants et plus* »)

Exemple: Pour l'indicateur « *fréquence de lecture* », vous pouvez poser la question: « *Combien de romans lisez-vous en moyenne par an ?* » - *Aucun - de 1 à 2 - de 3 à 4 - de 5 à 10 - plus de 10*

La passation d'un "questionnaire test"

Il est très souvent utile, une fois le questionnaire élaboré, de le tester auprès de quelques personnes, pour s'assurer qu'il a été correctement conçu. Ne négligez pas cette étape, car une fois que l'enquête aura débuté, vous ne pourrez plus revenir en arrière.

5. La constitution de l'échantillon

Avant d'administrer votre questionnaire, vous devez vous poser 2 questions:

- Comment choisir les personnes à interroger pour que l'échantillon soit représentatif ?
- Combien de personnes faut-il interroger pour que les résultats de l'enquête soient fiables ?

La sélection de l'échantillon

Il faut avant tout définir la **population mère** sur laquelle porte l'enquête : vous intéressez-vous aux comportements de tous les français, des habitants d'une ville particulière ou d'un âge spécifique ?

En théorie, vous devez sélectionner l'échantillon par **tirage aléatoire** dans cette population-mère : chaque individu doit avoir exactement la même chance que les autres d'être interrogé. Mais cela nécessite d'avoir une liste exhaustive des individus en question, qu'il est souvent difficile d'obtenir. En pratique, on recourt souvent à la **méthode des quotas** : il s'agit de s'assurer que les caractéristiques des personnes interrogées soient proches de celles de la population mère.

Exemple : si votre population mère est l'ensemble des élèves de votre lycée, et que vous savez que la proportion de filles y est de 56% et que la proportion d'élèves de seconde de 30%, alors votre échantillon devra comporter 56% de filles et 30% d'élèves de seconde.

Les individus qui n'entrent pas dans les quotas sont écartés, soit au moment de l'interview soit au moment du traitement des données.

La taille de l'échantillon

Une enquête par questionnaire doit permettre de **généraliser les résultats obtenus** sur l'échantillon à l'ensemble de la population mère. Ainsi, plus l'échantillon est important, plus la généralisation sera fiable. Cependant, **les gains de fiabilité ne sont pas proportionnels à l'augmentation de la taille de l'échantillon**. Ainsi, les résultats obtenus en interrogeant 1 000 personnes ne sont pas deux fois plus fiables que ceux obtenus en interrogeant 500 personnes.

Taille de la population mère	Taille souhaitable de l'échantillon ¹
10 000 000	1 067
100 000	1 056
5 000	880
1 000	516
500	341
200	169
100	92

1. Nombre de personnes à interroger pour qu'il y ait 95% de chances que les caractéristiques réelles de la population mère ne soient pas différentes de plus ou moins 3% de celles observées dans l'échantillon interrogé

Attention : la généralisation des résultats d'un sondage n'est possible qu'en acceptant une certaine marge d'erreur et un certain degré de fiabilité. Souvenez-vous en lorsque vous analyserez les résultats de l'enquête.

Remarque: les contraintes liées à la représentativité de l'échantillon sont souvent difficiles à respecter dans le cadre d'une enquête effectuée par une classe de lycée. Il faut alors penser à relativiser vos résultats, et les comparer à des études de l'INSEE ou d'autres organismes professionnels.

6. L'administration du questionnaire

Bien aborder les personnes

- Présentez vous, dites brièvement l'objectif de votre enquête en précisant bien qu'il s'agit d'un travail scolaire.
- Précisez le temps que durera la passation du questionnaire.
- Abordez les personnes par 2 en privilégiant les binômes fille/garçon car c'est moins impressionnant.
- Soyez polis, gentils, souriants et pensez à bien remercier la personne !!

Choisir le lieu d'administration du questionnaire.

La question du choix du lieu d'administration du questionnaire est primordiale lorsque l'on souhaite obtenir un échantillon représentatif. Vous n'interrogez pas la même population si vous vous placez à la sortie d'un supermarché « hard discount » ou à la sortie d'une épicerie fine. N'importe qui ne se rencontrant pas n'importe où, **placez vous dans un lieu qui a des chances de connaître une certaine mixité, en termes d'origine sociale, d'âge, de sexe, etc.** Cela allégera votre travail pour respecter la méthode des quotas. Interrogez les personnes en tête-à-tête plutôt que dans un espace public.

8. Produire les résultats

Une fois tous les questionnaires remplis, il faut les **dépouiller**. Cette étape sera facilitée par l'utilisation d'un **logiciel d'enquête**, Sphinx ou Ethnos, ou d'un **tableur** comme Calc (Open Office) ou Excel

(Microsoft Office). Ces logiciels vous permettront d'exploiter les résultats obtenus en les présentant sous forme de tableaux synthétiques ou de graphiques (tris à plat ou tris croisés). **Ce travail sera effectué en parallèle avec les professeurs de mathématiques.**

9. Analyser les résultats

Il faut enfin analyser les résultats obtenus, ce qui nécessite de :

- décrire les principaux résultats statistiques de l'enquête
- chercher à expliquer les résultats obtenus. Ceci est l'occasion de revenir sur les hypothèses formulées en début d'enquête et de vérifier leur pertinence, ainsi que de **répondre à votre interrogation initiale**. Il faut **utiliser les éléments d'explication vus en cours** ou en chercher d'autres.
- ne pas oublier l'existence des **marges d'erreurs** dans les résultats obtenus
- penser qu'une enquête par questionnaire ne mesure pas l'opinion réelle des individus, ni leurs pratiques mais seulement ce qu'ils déclarent être leur opinion. Les individus peuvent dissimuler certains aspects de la réalité, et par exemple déclarer qu'ils lisent beaucoup de livres pour paraître plus « cultivés » aux yeux de l'enquêteur.

10. Présenter les résultats

Pensez à présenter vos résultats par la **réalisation d'un compte rendu**, qui peut se faire par exemple dans le cadre d'une exposition au CDI ou de la rédaction d'un article dans le journal local ou sur le site du lycée